حكم التسويق بعمولة هرمية

دراسة فقهية قانونية مقارنة

تأليف

أحمد سمير قرني

باحث في الاقتصاد الإسلامي

ماجستير في الفقه وأصوله

خلاصة البحث(*):

يتعرض الباحث في هذا البحث إلى قضية من القضايا المعاصرة ذات الأهمية البالغة إذ إنها تعد النموذج الأمثل لآخر صيحات التسويق التي برزت بقوة على الساحة الاقتصادية ، ألا وهي قضية التسويق بعمولة هرمية ، حيث تمكنت من الاستحواذ على جانب كبير من سوق التجارة الالكترونية الرقمية في فترة وجيزة ، وباتت صورة متداولة لدى كثير من الشركات ، حيث تغري هذه الشركات المساهمين فيها بوعود براقة ليجتهدوا في استقطاب عملاء جدد ، ويأخذ المساهم عمولة متراكمة عن كل فرد يتم استقطابه سواء استقطبه بنفسه أو كان استقطابه نتيجة جهد لأحد أفراد شبكته ، وهنا يُطرَحُ السؤالُ عن مدى شرعية هذه المعاملة ، وما هو دور القوانين والحكومات في التصدي لهذه الظاهرة ؟ ،... هذا ما يحاول الباحث الإجابة عنه من خلال هذا البحث .

ABSTRACT

The writer here, in this research, treats with a modern way of marketing which is pyramid marketing. It spreads widely via internet as well other trading companies. In this way of marketing, there're big commissions for the participants to gather more and more clients. Those commissions are given either the participant himself fetches the customer or being fetched by others in the same web he formed before so the important question comes in mind is that if this way of marketing is legitimate in Islamic Sharia'a or not and also what is the role f government in facing this phenomenon ? The writer tries to answer all those questions in this research .

(*) هذا البحث بحث محكم منشور في مجلة الحق ، الصادرة عن لجنة البحوث والدراسات بجمعية الحقوقيين ، بدولة الإمارات العربية – الشارقة – العدد السادس عشر ، ربيع الأول ١٤٣٢ الموافق فبراير ٢٠١١ ، وقد توسع الباحث في بسط هذه القضية في كتاب آخر تحت النشر ، بعنوان الأحكام الفقهية للتسويق بعمولة هرمية ، دار النفائس .

المقدمة

تتفق كلمة الاقتصاديين على أن التسويق يعد نقطة الارتكاز لأي مشروع اقتصادي ناجح ؛ إذ إن الهدف من إنشاء المشاريع هو تحقيق الأرباح المادية ، وهذا ما ترنو الأنشطة التسويقية المختلفة إلى تحقيقه ؛ ولذلك فقد حولت الإدارة اهتمامها من الإنتاج إلى النشاط التسويقي ، ثم توسع النشاط التسويقي طبقاً لمفهومه الحديث بحيث تحرك من الشركات كأحد أنشطتها إلى شركات مستقلة بذاتها .

ومند بداية التسعينيات برزت على الساحة الاقتصادية التجارة الالكترونية الرقمية ، وتمكنت في فترة وجيزة من تغيير كل معادلات التسويق ، بما ينبئ عن قرب تحول الممارسات التسويقية إلى الصورة الرقمية والالكترونية ، وبات هدا النوع من التسويق يلعب دورا متميزا وجوهريا ومتناميا في وظائف التسويق بشكل لم تعهده الحياة الاقتصادية من قبل ، وأوضح الأمثلة على ذلك شركات التسويق الهرمي ، التي غزت الحياة الاقتصادية واتسعت أنشطتها لتغطي جميع أنحاء العالم ، واستقطبت في فترة وجيزة أعداداً هائلة من المشتركين ، وفيما يلي سنلقي الضوء على حقيقة هذه الشركات وماهية عملها .

١- تعريف التسويق " لغة " ، و" اصطلاحا "

- تعريف التسويق في اللغة .

التسويق : أصلها من سَوَقَ ، ومنها السوق وهو موضع البياعات ، قال تعالى:﴿..... وَيَمْشُونَ فِي ٱلْأَسْوَاقِ ﴾ (الفرقان: ٢٠) ، والسوَق ، بفتح الواو هو: القيادة والتقدم ، ومنه ساق الإبل وغيرها ، يسوقها سوقا وسياقا (١) ، وأصلها سِواقا ، لكن قلبت الواو ياء لكسرة السين .

قلت: فالتسويق في اللغة مشتق من كلا المعنيين ، معنى البيع والشراء والتجارة ، ومعنى القيادة والإدارة والسياقة ، ولذلك فيمكننا أن نعرف التسويق في (اللغة) بأنه: فن إدارة المبيعات .

- تعريف التسويق اصطلاحا

بالرغم من أن التسويق يعتبر من أقدم الأنشطة الإنسانية إلا أن مفهومه ظل موضع خلاف ونقاش بين الكتاب والمتخصصين، ليس هذا فقط بل إن نظرة الدارسين لمفهوم التسويق وأهميته ووظائفه وأنشطته قد اختلفت تبعا لمراحل التطور سواء الاجتماعية أم الاقتصادية .

وقد عُرِّف التسويق عند المتخصصين بتعريفات مختلفة ومتنوعة ، لكننا نجمع أطرافها فنقول:**التسويق** هو جميع أوجه النشاط التي تيسر وصول المنتجات (السلع ، الأفكار ، الخدمات) إلى المستهلكين ، وذلك لتلبية رغباتهم ، أو بتحفيزهم على اقتناء هذه السلع (٢) .

تعريف التسويق الهرمي وصوره (٣) :

تعددت المسميات والمصطلحات التي تطلق على التسويق الهرمي ، فقد اصطلح البعض على تسميته بالبيع متعدد المستويات أو الطبقات(multilayer marketing) ، أو المخطط الهرمي (pyramid scheme)أو التسويق الشبكي (network marketing) أو تسويق المصفوفة(matrix marketing)، أو السمسرة الهرمية ، وشبهه بعضهم بكرة الثلج ..، وأدق ما وقفت عليه في هذا الباب هو اصطلاح الدكتور رفيق المصري حيث أطلق عليه التسويق بعمولة هرمية (٤) ، ذلك أن العمولة هي محور هذه العملية ، وطريقة الحصول عليها كما سيأتي تكون بشكل هرمي متراكم .

وقد عُرِّف التسويق الهرمي بتعريفات متعددة ، منها :

١- أنه: ارتباط العائد للمشترك على دخوله في مستوى مرتبط بمستويات أخرى تشكل بمجموعها طبقات، ويزداد العائد كلما كان موقع المشترك أقرب إلى المشترك الأول(رأس الهرم) ، وهكذا .. (٥) .

٢- أنه: الاشتراك بنظام تسويقي(هرمي شبكي) يجلب فيه كل مشارك مشاركَيْن آخرَين ، وكل من هذين يجلب اثنين... ، وهكذا ، ويكون ذلك مقابل مبلغ من المال يدفعه المشترك مقابل منتج صوري حتى يتسنى له الدخول في مجال التسويق (٦) .

٣- برنامج تسويق يحصل فيه المسوق على عمولات أو حوافز مالية نتيجة لبيعه المنتج أو الخدمة ، إضافة لحصوله على عمولات من كل شخص يتم اعتماده كمساعد أو تابع للمسوق وفق أنظمة وبرامج عمولات خاصة (٧) .

٣- النظام الهرمي (تسويق المصفوفة) (matrix marketing) : هو احتيال استثماري وتسويقي يكافئ المشتركين ، ليدفعهم لإقناع أشخاص آخرين للانضمام إلى البرنامج (٨) .

٤- النظام الهرمي: نظام يُبنى بموجبه هرم من أشخاص ينضمون بعد أشخاص آخرين انضموا قبلهم ، وهؤلاء الأشخاص الذين انضموا يدفعون لمن قبلهم في الهرم مع توقع أنهم سيكونون قادرين على جمع مبالغ من أشخاص ينضمون لاحقا (٩) .

٥- التسويق متعدد المستويات: نظام يستفيد فيه كل مشترك في الشبكة من بعض المزايا بشرط أن يكسب عددا آخر من المشتركين ، وهكذا دواليك ، ويسمى أيضا بالبيع الهرمي (١٠) .

رأي الباحث :

من خلال ما سبق عرضه ، يظهر لنا أن التسويق الهرمي يقوم على عناصر أساسية ، وهي كالآتي :

أ- شركة تسوق منتجا صوريا ، وتبيعه بأضعاف سعره الحقيقي .

ب- وعدٌ بمكافآت خيالية لمن ينضم لشبكة المسوقين ..

ج- لا يمكن الحصول على امتياز تسويق المنتجات إلا بعد شرائها .

د– إذا أقنع المسوق شخصا آخر بشراء المنتج فإن ذلك الشخص يصبح عضواً في شبكة المسوق ، يصب عمله وجهده في جيب المسوق الأول .

وبالتالي فيمكننا أن نعرف **التسويق الهرمي** بأنه : نظام استحدثته بعض الشركات لتحقيق الأرباح ، تكون المكافأة فيه على استقطاب العملاء الجدد ، وتقدر بطريقة حسابية هرمية متراكمة متشابكة .

٢– نشأة وظهور الأنظمة الهرمية (السلاسل غير المنتهية) .

لقد وفرت عولمة الاقتصاد ، والنظام العالمي الجديد أسواقا جديدة للأنظمة الهرمية ، وضمنت لها انتشارا واسعاً وأرضاً خصبة في اقتصاديات السوق الجديدة .

ولقد حفز ظهور التجارة الالكترونية محترفي الخداع إلى التحرك لاستهداف الضحايا في أنحاء المعمورة ، وظهرت البذرة الأولى للتسويق الهرمي في الولايات المتحدة جنوبي بوسطن ، عام ١٩٢٠م ، وذلك على يد مهاجر ايطالي اسمه (تشارلز بونزي) (**Sharles Ponzi**) ، حيث وعد من ينضم إليه من أفراد المجتمع الأمريكي بأن يمنحهم أرباحا مقدارها ٥٠ % ، وذلك خلال مدة تتراوح فيما بين ٤٥يوما ، أو فائدة ربح بنسبة ١٠٠% خلال ٩٠ يوما ، وقد برر هذه النسبة العالية من الربح بأنه يربح فعليا أرباحاً تقدر ب ٤٠٠ % ، وذلك من خلال المتاجرة بالقسائم البريدية .

وقد أنشأت هذه القسائم بموجب المعاهدة البريدية الشاملة لتمكين الشخص في بلد معين من أن يدفع مقدماً قيمة أجور البريد المسترجعة مرة واحدة ، وبموجب رسالة ترسل من دولة لأخرى ، وبسبب الحرب العالمية الأولى حصل تقلب في أسعار العملة وسبب ذلك فرقا بين كلفة الشراء في الدول المختلفة ، فاستغل بونزي هذه الفروق ليكسب بضع سنتات من كل كوبون ، وعلى الرغم من صحة هذا التوجه إلا أن بونزي كان

يعلم تمام العلم أن هذا النظام لن ينجح في التطبيق الفعلي بسب قيود الاستيراد ، وحتى لو كتب له النجاح ابتداء فلن يستطيع أن يغطي تلك الأرباح الهائلة التي وعد المستثمرين بها .

ولقد بادر بونزي إلى دفع ٥٠% من الأرباح للمستثمرين الأوائل ، مما أضفى عليه قدراً كبيراً من المصداقية دفعت الناس إلى التهافت على الاشتراك معه من شتى أنحاء المعمورة ، وفي الوقت الذي كانت أعداد المساهمين معه تتضاعف ، قام بونزي بإيقاف شراء الكوبونات البريدية ، واتجه إلى بناء مصالح خاصة له ، فانكشف رصيده المالي أمام البنوك التي كان يتعامل معها ، مما حدا بها إلى إيقاف صرف شيكات الأرباح التي يقوم بالتوقيع عليها ، فترتب عليه ديون مقدارها ٦ ملايين دولار أمريكي – وهذا مبلغ ضخم وقتذاك– ومن ثم تم القبض عليه ووجهت له تهمة التغرير والاحتيال ، وحكم عليه بالسجن لمدة ١٠ سنوات .

يتضح لنا من ذلك أن نظام بونزي نظام هرمي غير قانوني ، لا توجد فيه سلعة حقيقية ، يتم فيه دفع نسبة من أموال المشاركين الجدد كجزء من أرباح المشاركين القدامى ، ويسقط هذا النظام عندما يتوقف هذا الهرم عن النمو والتكاثر ، فيظهر مستحقين للأرباح دون تولد أرباح جديدة .

كانت هذه هي الصورة الأقدم والأشهر للتسويق الهرمي ، ثم توالت بعدها القصص المثيرة والصور المتنوعة والأشكال المتعددة لأهرامات الوهم ، وكلما كانت القوانين الغربية تتجه إلى تضبيق الخناق على هذه المعاملة ، كان أرباب الحيل والخداع ممن يقفون وراءها يبتدعون حيلا جديدة لتجاوز تلك القوانين ، واستغلال ثغراتها (١١)، وفيما يلي سأشير إلى أبرز تلك الصور ليتمكن القارئ من تصور حقيقة هذه السلاسل غير المنتهية من الأوهام عملياً .

٣- ومن تلك الصور التي عرفت في الغرب :

❁ **نادي الهدايا** : وهي صورة من صور الاحتيال الهرمي لها ألوان وأشكال متعددة ، منها منظمة (هدايا تعطى بحرية) حيث تدّعي هذه المنظمة أنها جماعة إنسانية من فاعلي الخير الأثرياء الذين يعطون كميات كبيرة من الأموال غير الخاضعة للضريبة باسم الرب ، بشرط رعاية ثلاثة أشخاص ، فيُعطى المشترك مبلغا من المال غير الخاضع للضرائب في حساب سري في الخارج ، يدرُّ له فائدة سنوية .

ويظهر لي أن ذلك نوع من غسيل الأموال بطريقة هرمية ، حيث تشترط المنظمة على الشخص استقطاب ثلاثة أشخاص ، وتطلب منهم بعض المعلومات الشخصية ، وتضع مبالغ مالية كبيرة في أرصدة سرية في الخارج بأسماء هؤلاء الأشخاص .

والسؤال الذي يطرح نفسه هنا هو لماذا لجأت أهرامات الوهم إلى الهدايا ؟ والجواب ؛ لأن المال الذي تتداوله هذه الأنظمة يسمى هدية ، والهدايا غير خاضعة للضرائب طالما أنها أقل من ١٠٠٠٠ دولار ، وهذا تحايل على القانون ؛ لأن الهدية في نظر القانون لا يتوقع الحصول من ورائها على مقابل ، بينما الأمر في واقع هذه الأنظمة الهرمية مختلف(١٢) .

❁ **كرة الثلج** (snow ball system) أو تسويق المصفوفة(matrix marketing) : وهي أن يستفيد كل مشترك في الشبكة من بعض المزايا بشرط أن يكسب عدداً من المشتركين ، وهكذا دواليك .. فأركان هذه العملية ثلاثة :

١- عرض بضائع للجمهور .

٢- الأمل بالحصول على امتيازات معينة ، كشراء البضائع مجاناً أو بسعر مخفض .

٣- تعليق الحصول على الامتيازات على كسب مشتركين جدد (١٣) .

ومن الأمثلة العملية على هذا النظام ما شهدته صناعة التأمين في أوروبا الشرقية حيث نشأت شركة مشهورة تهدف إلى تحويل كل المؤمن لهم إلى وكلاء تأمين ، فشراء وثيقة التأمين لمدة ١٠-١٥ سنة هو شرط الحصول على وكالة هذه الشركة ، وفي المقابل يحصل الوكيل على نقاط عن كل بيع ، وعن استقطاب وكلاء جدد بالإضافة إلى مجموعة من الحوافز كالهدايا والرحلات السياحية إذا بلغ مجموع النقاط حدوداً معينة (١٤) .

❁ **شركة Amway:** هي واحدة من أكبر منظمات التسويق متعدد الطبقات في العالم ، وتصل أرباحها السنوية إلى عدة بلايين ، وذلك من بيع منتجات متنوعة كالصابون وأجهزة تحلية الماء ومساحيق التجميل ومنتجات منزلية...... ، وكل موزع يحصل على المنتجات من الشخص الذي استقطبه ، وتكون بسعر الجملة ، والمؤسسين للهرم يأخذون البضائع من الشركة مباشرة ، وتكون الأرباح من فروق الأسعار بين سعر الجملة وسعر التجزئة بالإضافة إلى فوائد شهرية تستند على المبلغ الكلي لمنتجاتAmway الذي اشتراه العميل (١٥) .

هذه نبذة مختصرة عن أشهر شركات الأنظمة الهرمية في الغرب ، إلا أن هذه الشركات بعد أن كثرت مشاكلها هناك ، وبدأت الملاحقات القضائية تزعجها ، أخذت تشق طريقها إلى البلاد العربية من خلال بعض من استهوتهم هذه الفكرة ، فظهرت في أكتوبر ٢٠٠١م أولى شركات التسويق الهرمي في المنطقة العربية ، وهي شركة بزناس دوت كوم ، وذلك على يد عمران خان وزماني أحمد ونور المحمود ، وهم من الباكستان ، وكان مقرها الرئيسي في مدينة دبي للانترنت ، وحسب إحصائية عام ٢٠٠٣م استقطبت هذه الشركة ٣١٥٠٠٠ مشترك من أكثر من مائة دولة ، وحققت أرباحا كبيرة (١٦)، ثم بدأت بعض الحكومات تحذر منها وتلاحق نشاطاتها ، فاختفت هذه الشركة ، حتى إن موقعها على الانترنت لم يعد متاحا .

وبعد ذلك أخذت بعض الشركات الأخرى تستخدم فكرة التسويق الهرمي لتسويق منتجاتها كبيع الاسطوانات أو الأشرطة الدعوية أو تقديم الخدمات الالكترونية كشركة هبة الجزيرة وشركة نور للإنتاج الفني وشركة جدارة دوت كوم ، وغيرها من الشركات التي سرعان ما جوبهت بفتاوى شرعية تحرم عملها ، فاختفى بعضها ، وتوقف الآخر عن تبني فكرة الأنظمة الهرمية ، ثم تلا ذلك ظهور شركة دي اكس إن (**DXN**) ، وشركة (كويست نت) ولمع نجمهما في سماء التسويق الهرمي ، وأخذ المروجون لهما يؤكدون على أن النظام المتبع في هاتين الشركتين يختلف عن أنظمة الشركات الهرمية ؛ لوجود سلعة حقيقية ....الخ ، ولا تزال أفرع هاتين الشركتين تمارس نشاطها في كثير من الدول العربية وغيرها إلى الآن ، حيث قمت بزيارة احد فروع شركة (دي اكس إن) في إمارة الشارقة في منطقة الرولة ، وحصلت على كتيب ومنشورات عن الشركة يتضمن الإشارة إلى منتجاتها ، وآلية حساب العمولات فيها .

ومن الجدير بالذكر هنا أنه قد وقع الخلاف بين فقهاء الشريعة المعاصرين في الحكم على التسويق الهرمي في بداية ظهوره ، وذلك نتيجة اختلاف الاجتهادات في تكييفه وإلحاقه بأشبه المعاملات الشرعية ؛ إلا أن جماهير المعاصرين من الفقهاء قد ذهبوا إلى تحريم هذه المعاملة ، وبدأت بعض الحكومات العربية تتخذ ضدها إجراءات قانونية لإيقاف أنشطتها .

٤- من صور التسويق الهرمي التي اشتهرت في البلاد العربية :

ظهرت في هذا المجال عدة شركات عالمية منها ، سبق معنا الإشارة إلى بعضها ، منها شركة بزناس (**biznas**) ، وشركة **كويست نت** (**Quest.net**) ، وشركة هبة الجزيرة ، وشركة دي اكس إن (**DXN**).....الخ ، وفيما يلي سألقي الضوء في عجالة على بعض هذه الشركات :

أ- شركة بزناس(Biznas.com): ويتلخص نظامها في أن يشتري الشخص منتجات الشركة ، وهي عبارة عن برامج وموقع وبريد الكتروني بمبلغ ٩٩ دولار ، وبذلك يصير له الحق في تسويق منتجات هذه الشركة للآخرين مقابل الحصول على عمولات محددة ، فإذا أقنع شخصين آخرين بشراء هذه المنتجات استحق الحصول على عمولات محددة وفق النظام المتبع لآلية حساب العمولات في الشركة (١٧) .

ب- رسائل السلسة الهرمية

في هذه العملية تُرسل لك ولـلآلاف غيرك رسالةٌ تتضمن قائمة بعشرة أسماء ، وتَعرِض عليك هذه الرسالة فرصة الحصول على فوائد غير مرتقبة ، عن طريق إرسال دولار واحد إلى كل شخص ممن وردت أسماؤهم في القائمة (فرضا س١ : س١٠) ، وبتنفيذ الشخص هذا الطلب يمنح عضوية هذه الشركة ، وتتضمن هذه الرسالة الآلية التي تنتهجها هذه العملية ، وهي أن يقوم العضو الجديد بحذف س١ من القائمة ، وتحريك الآخرين إلى الأعلى ، ويضع اسمه في مكان س١٠ ، وبعدها يرسل قائمته إلى أي عدد يريد مع نسخة من الرسالة التي تتضمن التعليمات .

وتؤكد هذه الرسالة كما هو الحال في مثيلاتها بأن هذا هو السبيل الأمثل لتكوين الثروات الطائلة ، وبأن بعض المشاركين في أعلى القائمة قد اشتروا بيوتا جديدة ، وآخرين اشتروا سيارات جديدة بعد شهرين من انضمامهم إلى هذه السلسة ، وما عليك سوى أن تجلب عشرة أشخاص إلى القائمة ، بعد ذلك ستنهال عليك الدولارات من القوائم التي تليك ، وستكون الفوائد التي ستحصل عليها كالتالي :

١- ستحصل على ١٠٠ دولار من الطبقة الثانية (كل واحد من العشرة في الطبقة الأولى استقطب عشرة)

٢- ستحصل على ١٠٠٠ دولار من الطبقة الثالثة .

٣- وبعد تكون الطبقة الخامسة ستحصل على ١٠٠ ألف دولار ، وفي الطبقة الثامنة ١٠٠ مليون دولار ، ومن الطبقة العاشرة تحصل على ١٠ مليار دولار ....(١٨) .

٥- آلية عمل التسويق الهرمي :

الفكرة الأساسية للتسويق الهرمي هي استغلال كل فرد لخدمة أغراض الشركة وزيادة مبيعاتها ، وتبدأ هذه العملية بترغيبه في شراء السلعة المستهدفة مع وعده بالحصول على الأرباح الهائلة التي ستنجيه من ويلات الفقر ، وتلك الأرباح التي يحصل عليها المستهلك من تسويقه للسلعة المستهدفة .

ولا تتوقف الأماني التي يبني المستهلك أحلامه عليها عند هذا الحد ، بل إنها تتضخم عندما يلم العميل بالنظام المتبع لحساب الأرباح ، حيث تمنح الشركة العميل عمولة مقدارها ٥٥ دولارا إذا استطاع أن يقنع تسعة أفراد بشراء منتج الشركة ، وهكذا تتضاعف العمولات وفق نظام حسابي محدد على قدر من يشترك في الشركة من خلال هذا العميل ، وتختلف هذه العمولات وطريقة حسابها من شركة لأخرى ، وهذا الاختلاف لا يضر إذ إن الفكرة الجوهرية واحدة ، فكل عضو يدفع لكي يحصل على مبلغٍ ممن يليه، وكل طبقة من المشتركين يجب أن تليها طبقة أكبر منها ليمكن جمع العمولات أو "الهبات" الموعودة ، **وكما هو واضح في الجدول أدناه** ؛ فإن هذه العمولات تصل نظريا إلى مبالغ باهظة يسيل لها لعاب ذوي الأحلام والأوهام من الناس .

الشهر	الأعضاء	مجموع الأعضاء	العمولة بالدولار
١	٢	٢	....
٢	٤	٦	....
٣	٨	١٤	٥٥
٤	١٦	٣٠	١١٠

...	....	....	.....
٨	٢٥٦	٥١٠	١٥٤٠
٩	٥١٢	١٠٢٢	٣١٣٥
١٠	١٠٢٤	٢٠٤٦	٦٢٧٠
١٢	٤,٠٩٦	٨,١٩٠	٢٥,٠٨٠
٣٠	١,٠٧٣,٧٤١,٨٢٤	٢,١٤٧,٤٨٣,٦٤٦	٦,٥٦١,٧٥٥,٦٤٠

ملاحظة:

- هذا الجدول على افتراض تضاعف عدد من ينضم إلى الشبكة شهريا .

- العمولة لا تدفع إلا بعد أن يبلغ عدد المنضمين لشبكة التسوق إلى تسعة أشخاص (١٩) .

ولقد نظرت في بعض البرامج الإعلانية التي تستخدم للترويج لهذه الشركات، فلفت انتباهي أمران :

١- الحِرَفية الفنية العالية لهذه البرامج التي تعتمد ولا شك على دراسات نفسية للمستهلك ومحاولة برمجته وتأهيله ليكون جنديا من جنود الشركة .

٢- تركيز هذه الإعلانات والدعايات على كلمة الحلم ؛ فتبدأ إحدى إعلانات شركة دي اكس إن(**DXN**) بعبارة من صوت عذب رخيم لامرأة كأنها تهمس في أذن المشاهد أو المستمع ؛ فتقول: **الأحلام** أحيانا قد تكون صعبة الوصول ....لكن عليك بالاستمرار ، ...إن كنت تؤمن **بحلمك** أو كنت تؤمن بذاتك فاعلم بأنك ستجعل **الحلم** حقيقة ..

ولا يخفى على ذي عينين أن وتر الأحلام وما يتعلق بها من أوهام هو أعظم وتر يمكن التأثير من خلاله على كثير من العوام ، لأن حلم الإنسان هو رغبة حقيقية قوية تكمن في أعماقه يرنو إلى تحقيقها في أقرب فرصة سانحة ؛ فإثارة هذا الأمر في نفسه يدعو مخيلته ولاشك إلى التصور أو التوهم بإمكانية تحقيق الأحلام المرجوة من خلال المساهمة في هذه الشركة ، وبذل أقصى جهد للترويج لها ، لكن الواقع خلاف ذلك ؛ إذ إن أعظم مستفيد من هذا الجهد هم أصحاب هذه الشركة وتبقى النسبة العظمى من المساهمين فيها غارقة في بحار الأحلام والأوهام والأماني التي لا تتحقق على أرض الواقع .

٦- الموقف الشرعي من هذه القضية :

لقد تعددت أقوال الفقهاء في هذه النازلة تبعا لاختلاف نظرهم في تكييفها الشرعي ، فرأى بعضهم إلحاقها بالسمسرة ، وبنى على ذلك جواز هذه المعاملة إذا خلت من المحظورات الشرعية ، ورأى آخرون بطلانها لما تشتمل عليه من محذورات شرعية تتضح عند التدقيق في حقيقة هذه المعاملة ، وذهب آخرون إلى التوسط بين هذين القولين ، وفيما يلي أشير إلى تلك المذاهب :

أقوال الفقهاء المعاصرين في حكم هذا التسويق :

القول الأول : الجواز بشروط (٢٠)

وممن مال إلى هذا القول لجنة الفتوى بالأزهر ، حيث أَلحقَت هذه المعاملة بالسمسرة ، وجاء في نص الفتوى :" إن ما تقوم به الشركة من وساطة بين المنتج والمستهلك لترويج السلعة يدخل في باب السمسرة ، والسمسرة كما يقول الفقهاءُ جميعاً إذا لم تقم على غش أو تدليس أو ظلم أو خيانة يكون ما يأخذه الواسط والسمسار حلال لا شبهة فيه" (٢١) .

وللشيخ عبد الله الجبرين نحو هذه الفتوى ، حيث اشترط لصحة المعاملة أن تكون معلومة ليس فيها غرر أو ربا أو رشوة أو نوع قمار أو مخادعة (٢٢) .

وممن نحا هذا النحو عبد الكريم الكحلوت مفتي محافظة غزة ، حيث جاء في فتواه عن شركة بزناس :" بما أن الشركة لا تسوق أي منتج لا يليق بالأخلاق الإسلامية ، وتخلو برامجها من كل ما يجرح الدين أو الخلق ..فلا يوجد مانع شرعي يمنع هذه الشركة من تسويق برامجها ..." (٢٣) .

وقد ذهب إلى هذا القول الدكتور احمد محمد السعد والدكتور حسام الدين عفانة (٢٤) والدكتور أمين البطوش ، وحامد العلي (٢٥) ، والشيخ سلمان العودة حيث اعتبر مناط الحكم هو الرغبة في السلعة لميزة فيها من عدمه ، فإذا وجدت الرغبة عند المشتري صحت المعاملة ، وإن لم تتوفر لم تصح (٢٦) .

أدلة أصحاب هذا القول :

١- أن المشترك وكيل للشركة ، والوكالة تصح بأجر وبغير أجر .

٢- أن المشترك في هذه الشركة يعد سمسارا ، يأخذ أجره على السمسرة والتسويق لمنتجات الشركة .

٣- أن المشترك يعمل أجيراً لدى الشركة ، والإجارة جائزة بالإجماع .

٤- أن الأرباح التي يأخذها المشترك تدخل في باب الجعالة ، والجعالة تغتفر فيها الجهالة (٢٧) .

مناقشة توجيهات أصحاب هذا القول (٢٨)**:**

حتى نوضح الرد على أصحاب هذا القول لابد لنا من بيان التكييف الدقيق لهذه المعاملة ، هل تقاس على الوكالة أم الإجارة أم الجعالة أم السمسرة أم أنها عملية بيع وشراء مجردة .

- أما بالنسبة للاعتبار الأول ، فالوكالة عقد جائز لكل من الطرفين فسخه ولو بغير رضا الطرف الآخر ، أما التسويق الهرمي فهو عقد لازم من طرف الشركة جائز من قبل المشترك ، فلا يجوز للشركة أن تفسخ

العقد من قبلها ما دام المشترك ملتزم بمهمته ، وإلا لكان ذلك باب عبث في هذه العملية ، حيث لو كان الأمر كذلك للجأت الشركة إلى فسخ العقد في الوقت الذي تزداد فيه عمولة المسوق .

– والوكالة تصح في البيع والشراء بإجماع العلماء ، وهي صحيحة بأجر وبدون أجر ، لكن هناك فرق جوهري بين وكيل البيع وبين المسوق في التسويق الهرمي ، حيث إن الثاني ملزم بشراء البضاعة التي يسوق لها وبثمن يزيد عن ثمن المثل أيضا ، أما وكيل البيع فغالبا ما يأخذ أجرة على عمله .

وهذا هو ذات الجواب عن قياس التسويق الشبكي بالسمسرة ، حيث إن السمسار لا يُلزم بدفع مبالغ معينة ليتسنى له التسويق للسلعة المستهدفة بخلاف ما عليه الحال في التسويق الهرمي ، وكذلك فإن السلعة هي أساس عملية السمسرة وجوهرها ، بينما تعد السلعة ذات قيمة ثانوية في عملية التسويق الهرمي ، مقارنة بالعمولات والمكافآت التي يحلم بها المسوق .

وثمة فرق ثالث بينهما وهو أن المسوق في التسويق الشبكي يأخذ عمولته من جهده وجهود غيره من العملاء ممن هم تحته في الشبكة ، بينما يأخذ السمسار أجره على ما يبذله من جهد فقط (٢٩) .

– أما بالنسبة للاعتبار الثالث فالإجارة يشترط لها الفقهاء عدة شروط لا تتوافر في معاملة التسويق الشبكي ، من أهمها أن تكون الأجرة معلومة ، والأجرة في التسويق الشبكي مجهولة ، وجهالتها هي لب فكرة التسويق الشبكي إذ إن الشركة تتوصل من خلال ذلك إلى التغرير بذوي الأحلام العريضة والأوهام المريضة للعمل بغية الحصول على العمولات الخيالية المنشودة .

ويشترط في الإجارة كذلك أن يكون الأجل معلوماً ، وهنا يجهل كلا الطرفين الأجل جهالة فاحشة ، فلا يمكن للمشترك أن يعلم الوقت الذي يتمكن فيه من إقناع أطراف أخرى بشراء هذا المنتج ليحصل على الأجرة المنتظرة .

– أما بالنسبة للاعتبار الرابع ، فالقول فيها مشابه للقول في الوكالة والسمسرة ؛ إذ إن الجعالة يقدم فيها الجاعل جائزته لمن يوفي بشروطه بمجرد انتهاء العمل ، أما التسويق الشبكي فهو سلسلة متصلة لا نهاية لها ، وإذا فشل المشترك في جلب زبائن آخرين أو استطاع أن يقنع عدداً أقل من العدد المطلوب فإنه لا يحصل على أي عمولة ، والجعل في الجعالة محدد ، أما في السمسرة الهرمية فغير محدد .

والجعل في الجعالة مقطوع به عند تحقق شرط الجاعل ، أما العمولة في التسويق الهرمي فهي محتملة ، فقد يتمكن المسوق من إقناع المشتركين وقد لا يتمكن .

وإذا لم يحصل المجعول له على الجعل في عقد الجعالة لا يعد مقامراً لأنه لم يخسر ماله ، أما إذا لم يحصل المشترك في نظام التسويق الشبكي على العمولة ، فإنه يكون قد خسر ماله دون مقابل ، وهذا ما يقع ل٩٩% من المشتركين وفق إحصائيات بعض شركات التسويق الهرمي (٣٠) ، وهذه الصورة هي جوهر القمار ، وهو دوران الأمر بين الغنم والغرم .

أما فيما يتعلق بشبهة المنتج والرغبة في السلعة ، فالجواب عنها نلخصه في النقاط التالية :

١– أن التركيز الأكبر لهذه الشركات ولمن يسوق لها منتجاتها ينصب على العمولات ، وليس على السلعة ، ويؤيد ذلك أن هذه المنتجات لا تتجاوز قيمتها المائة دولار بحسب السعر المعلن لبعض هذه الشركات ، أما العمولات فتصل إلى ٢٥٠٠٠ دولار كما سبق أن اشرنا ، وقد قرر الفقهاء رحمهم الله انه إذا اشتبه أمران أو تداخلا فالعبرة بالأعم الأغلب ، بل إننا لو دققنا النظر لتبين لنا أن هذه العمولات الكبيرة هي التي تسوغ شراء السلعة بتلك الأثمان الباهظة .

القول الثاني : التحريم

وإلى هذا القول نحا أكثر المعاصرين ومنهم اللجنة الدائمة للإفتاء في المملكة العربية السعودية (٣١)، وفقهاء مجمع الفقه الإسلامي بالسودان (٣٢)، ومؤتمر كلية الشريعة السادس في جامعة الزرقاء الأهلية(

قضايا مالية معاصرة من منظور إسلامي ١٤٢٥هـ-٢٠٠٤م) ، ومركز الألباني للدراسات المنهجية والأبحاث العلمية (٣٣) ، وهو قول الدكتور علي محي الدين القره داغي ، والدكتور حسين شحاتة (٣٤) ، والشيخ يحيى بن موسى الزهراني (٣٥) والدكتور عبد الحي يوسف(٣٦) ، والشيخ إبراهيم أحمد الشيخ الضرير (٣٧)، والدكتور محمد بن صالح المنجد(٣٨) ، والدكتور رفيق يونس المصري (٣٩)، والدكتور محمود عكام مفتي محافظة حلب(٤٠) والدكتور أحمد بن موسى السهلي (٤١)، والدكتور أحمد الكردي ، والدكتور علاء الدين زعتري والدكتور سامي بن إبراهيم السويلم وغيرهم من العلماء(٤٢) ، وهو القول الذي تعضده الأدلة الشرعية والقواعد المرعية .

الأدلة :

استدل أصحاب هذا القول بعدة أدلة ، لكن الباحث سيذكر منها ما يصح عنده :

١- عند التدقيق في جوهر هذه المعاملة يتضح أن المنتج الذي تقوم بالترويج له ليس ذا قيمة مؤثرة في نشاطاتها واستراتيجياتها ، بل إن الأهمية القصوى تتركز في برامج التسويق التي تعدها هذه الشركات ، وما يترتب عليها من عمولات فلكية تخلب ألباب الناس وتسيِّل لعابهم .

فمحصلة هذه المعاملة إذا هو أن يدفع المستهلك مبلغا من المال (قيمة المنتج) ، لينال عوضا عنه مبلغا آخر اكبر منه (العمولات) .

وهذه صورة من صور الربا المحرم شرعا ، وقد ثَبَتَ عَنْ اِبْن عَبَّاس رضي الله عنهما " أَنَّهُ سُئِلَ عَنْ رَجُلٍ بَاعَ مِنْ رَجُلٍ حريرةً بِمِائَةٍ ، ثُمَّ اِشْتَرَاهَا بِخَمْسِينَ ؟ فَقَالَ : دَرَاهِم بِدَرَاهِم مُتَفَاضِلَة ، دَخَلَتْ بَيْنهَا حريرة " .

وَالدَّلِيلُ عَلَى الْمَنْعِ مِنْ ذَلِكَ مَا رَوَاهُ مُسْلِمٌ فِي صَحِيحِهِ(٤٣) مِنْ حَدِيثِ عَلِيِّ بْنِ رَبَاحٍ اللخمي أَنَّهُ سَمِعَ فَضَالَةَ بْنَ عُبَيْدٍ الْأَنْصَارِيِّ يَقُولُ أُتِيَ رَسُولُ اللَّهِﷺ وَهُوَ بِخَيْبَرَ بِقِلَادَةٍ فِيهَا خَرَزٌ وَذَهَبٌ ، وَهِيَ مِنْ الْمَغَانِمِ تُبَاعُ

؛ فَأَمَرَ رَسُولُ اللَّهِﷺ بِالذَّهَبِ الَّذِي فِي الْقِلَادَةِ فَنُزِعَ وَحْدَهُ ، ثُمَّ قَالَ لَهُمْ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ :" الذَّهَبُ بِالذَّهَبِ وَزْنًا بِوَزْنٍ " .

وَوَجْهُ الدَّلِيلِ مِنْ الْخَبَرِ أَنَّهُﷺ أَمَرَ بِنَزْعِ الْخَرَزِ وإفراد الذَّهَبِ لِيُمْكِنَ بَيْعُهُ ، وَلَوْ جَازَ بَيْعُهُ مع الْخَرَزِ لَمَا احْتَاجَ إِلَى وَزْنِه ، ثُمَّ قَالَﷺ :"الذَّهَبُ بِالذَّهَبِ وَزْنًا بِوَزْنٍ " ؛ فَنَبَّهَ بِذَلِكَ عَلَى أَنَّ عِلَّةَ إِفْرَادِهِ بِالْبَيْعِ هي :أَنْ يَتَحَقَّقَ فِيهِ الْمساواة بين البدلين ، وإذا نظرنا إلى معاملة التسويق الهرمي تبين لنا انعدام المساواة بين البدلين فيها ، حيث يدفع المشارك مبالغ كبيرة وبشكل دوري ليتسنى له الانضمام إلى الشركة لكنه لا يحصل في مقابل ذلك على شيء في الغالب ، وقد يحصل على مبالغ كبيرة تزيد على ما دفعه في أحيان نادرة ، وذلك إذا كان في رأس الهرم .

بل إنني أقول : إن هذه المعاملة تزيد على الربا في أن الربا مبادلة مال بمال أكثر منه تحقيقا ، أما في معاملة التسويق الشبكي فإنها مبادلة مال بمال أكثر منه تعليقا على الأوهام والأحلام ، وقد تتحقق هذه الأحلام بنسبة ١-٣% ، بما يعني أن هذه المعاملة تشتمل على ربا وقمار ، وقد أوضحنا الجانب الربوي في هذه المعاملة فيما سبق معنا .

٢- أما القمار فمداره على احتمالية الغنم والغرم ، وتفصيل ذلك فيما نحن بصدده أن العميل الأول يدفع مبلغا من المال (قيمة السلعة كستار) وأمله وطمعه منصب على أن يدر عليه ذلك أرباحا طائلة عند قيامه بالتسويق لمنتجات الشركة ، وهذا الأمل غالبا ما يصطدم بصخرة الواقع ويخسر المساهم ، وقد يحدث أن يستفيد عددٌ قليلٌ جداً ، كما هو الحال في كل صور القمار المتنوعة ، حيث تربح فئة قليلة ليكون ذلك مغريا لغيره من الناس للانكباب على هذا القمار .

ولا يغبِّر على ذلك أن العميل يقوم بعمل وجهد للتسويق لمنتجات الشركة فإن كثيرا من صور القمار يبذل فيها أحد الطرفين مالا وجهدا للحصول على مال اكبر ، كما هو الحال في بيع الحصاة ، وغيره من صور القمار المعاصرة وألعاب الحظ الحديثة كلعب الورق والنرد على مال ....

٣- لو أننا سلمنا جدلا أن هذه المعاملة عبارة عن بيع مجرد، فإننا نورد على ذلك أن العوضين غير متساويين ، فالمشترك يدفع مبلغا يزيد على قيمة السلعة زيادة كبيرة ، وهذا غبن فاحش لان قضية العقد هي المساواة بين العاقدين ، وأهم مقامات هذه المساواة هي المساواة بين البدلين أو العوضين ، وهذا ما لا يتحقق في هذه المعاملة ، مما يقضي بفسادها .

٤- تتشابه هذه المعاملة مع ما يفعله بعض الناس من استغلال لنظام الكفيل المعمول به في كثير من دول الخليج ، حيث يأخذ الكفيل راتبا مقطوعا من المكفول مقابل كفالته ، وقد أفتى بتحريم هذا التصرف جمع من العلماء المعاصرين(٤٤) ، لان الكفالة في عرف الشريعة عقد إرفاق ، لا يجوز اخذ العوض عليه ، فالشريعة تمنع الاستثمار في عقود الإرفاق بخلاف عقود المعاوضات ، ووجه الشبه هو في العملاء الذين يستقطبهم رأس الهرم ، فكل ما ينتج عنهم من جهد وعمل إنما يصب في جيب رأس الهرم ، تماما كما هو الحال فيما يفعله البعض حيث يأخذ الكفيل جهود من يكفلهم مقابل كفالته دون وجه حق ، وهذا أكل لأموال الناس بالباطل في كلتا الحالتين .

٥- أن هذه المعاملة فيها أكل للمال بالباطل ، وهذا من ناحيتين :

الأولى : اشتمالها على الغبن الفاحش ، وقد سبقت الإشارة إلى هذا المعنى فيما سبق .

الثانية: أن أكثر الأوعاد والعمولات التي يرنو إليها العميل لا حقيقة لها على أرض الواقع ، فبأي حق تأكل هذه الشركة أموال المساهمين معها .

وهذه صورة الغرر التي نهى عنها نبينا ﷺ ، و"الغرر : هو ما كان له ظاهر يَغُرُّ المشتري ، وباطن مجهول" (45)، ويندرج فيه كل بيوع الحظ والخطر التي يحتمل أن تكون أو لا تكون ، والنهي عنها باب من أعظم أبواب المناهي في البيوع .

وأزيد هذه المسألة وضوحا ، فأقول :

❁ إن شركة التسويق الهرمي(بزناس على سبيل المثال) تفترض أنه في كل شهر ينضم شخصان لكل شخص في الهرم ؛ فلو فرضنا أن رأس الشبكة هو عمرو فإنه لن يحصل على العمولة المقدرة إلا إذا جلب تسع زبائن ، وهذا يعني ثلاثة مستويات ، ويكون مقدار مكافأته ٥٥ دولارا ، – **وهذه تقل عن المبلغ الذي يدفعه العميل للاشتراك في هذه الشركة** – (46)، في حين تحصل الشركة في مقابل ذلك على ربح صاف قدره ٦٢٠ دولاراً .

❁ في نهاية السنة الأولى تبلغ عمولة العضو الشهرية ٢٥٠٠٠ دولار ، وتكون في نهاية السنة الثانية ٢/ مليون دولار ، **وهنا تكمن نقطة الإغراء ، حيث تدفع ١٠٠ دولار لتحصل على اثنين مليون دولار .**

❁ نلاحظ حسب الجدول الذي سبق الإشارة إليه ، والموضح لآلية حساب العمولات في هذه الشركة ، أنه في منتصف السنة الثالثة يبلغ مجموع أعضاء الهرم أكثر من ٢ مليار شخص ، وبعد ذلك بشهرين يزيد العدد عن ٨ مليار شخص ، وهذا يزيد عن عدد سكان الكرة الأرضية ، مما يعني أن الهرم لابد له أن يتوقف في السنة الثالثة ، **وهذا يعني أن المستويات الأخيرة من الهرم وهم الغالبية العظمى ستتعرض لخسارة كبيرة ، بينما يربح بعض الأعضاء في المستويات العليا** ، وبلغة الأرقام فإن نسبة أعضاء المستويات الأربعة الأخيرة (المستوى: ١٥–١٨) إلى مجموع أعضاء الهرم تعادل ٩٣.٨ ، بينما الرابحين هم ٦% من الأعضاء .

❁ كل ما ذكرناه سابقا مبني على توقعات الشركة بنجاح العضو بإدخال شخصين كل شهر في الشركة ، لكن ما هي نسبة نجاح العضو في ذلك ؟ هذه تختلف ولا شك من شخص لآخر ، لكن لو فرضنا أن نسبة نجاح العضو في إقناع آخرين بالانضمام إلى الشركة هي ٨٠ % ، فإن احتمال تحقق ١٨ عملية لكي يسترد المشترك ماله = (٨٠) %أس ١٨ =١.٨% ، وهذا احتمال ضعيف جدا ، أما تحقيق عمولة قدرها ٢٥٠٠٠ دولار شهريا ؛ فيتطلب انضمام ٨١٩٠ شخصا ، واحتمال وقوع ذلك هو ٨٠% أس ٨١٩٠ = صفر ، أي انه بمنطق الاحتمالات يتعذر تحقيق هذه العمولة ، **وهذا يبين لنا بجلاء أن الغرر الذي تتضمنه هذه المعاملة غرر فاحش جدا ، تفسد بمثله المعاملة** (47) .

٧- البديل الشرعي

بعد أن بينا بطلان هذه الصورة من صور التسويق والسمسرة ، لا بد أنك تتساءل أخي القارئ عن البديل الشرعي لهذه المعاملة المحرمة ، وحَلُّ هذه القضية يتمثل في السمسرة المشروعة(48) ، حيث تدعو الشركة ذوي الكفاءة للعمل لديها كمسوقين ، وتمنح كل مسوق عمولة محددة على كل عميل يقنعه بالانضمام إلى الشركة ، مع مراعاة الشروط الأخرى التي اشترطها الشارع لصحة عقد البيع ، وتجنب أسباب فساده .

٨- تطور القوانين الغربية في تعاملها مع أهرامات الوهم :

لقد تدرجت القوانين الغربية في تعاملها مع الأنظمة الهرمية ، حيث اكتفت في بداية الأمر بوجود السلعة لتحكم بسلامة المعاملة ، وقد صدر بذلك قرار من محكمة أمريكية عندما رفعت أمامها دعوى ضد شركة(**Amway**)على أنها تمارس التسويق الهرمي غير المشروع ، فقضت المحكمة بأن الشركة مادامت لا تأخذ من المساهمين فيها مبالغ عن الانضمام إليها أو عن المزايا التي يحصلون عليها من استقطاب آخرين فإنها ليست من التسويق الهرمي غير المشروع ؛لأنها تقوم على تسويق سلعة حقيقية(49).

وفي عام ١٩٧٠م ، تكونت لجنة أمريكية للنظر في قضايا التسويق الهرمي ، ونظرت أولى القضايا المتعلقة بشركة(**Amway**) ، وحكمت محكمة الموضوع بأن الشركة المذكورة تتبع نظاماً قانونياً ، لعدة أسباب :

– أنها لا تتطلب أجوراً كثيرة من المستقطبين الجدد .

– لا تشجع على تحميل المخزون (٥٠) .

– تشجع على البيع الحقيقي .

– قاعدة ٧٠ % : ويعنى بها أن الشركة تشترط على كل عميل من عملائها بأن يبيع شهريا ما يقدر ب ٧٠% مما قام بشرائه من منتجات الشركة .

وقاعدة ١٠% : حيث تشترط الشركة على الموزعين بأن ينوعوا في بيع المنتجات بالتجزئة بحيث يتمكنوا من استقطاب مستهلكين جدد شهريا بنسبة ١٠% (٥١) .

ثم تطور القانون الأمريكي في بداية التسعينيات ، حيث نظرت اللجنة في قضايا جديدة استند فيها المدعى عليهم على حيثيات حكم محكمة الموضوع في قضية Amway ، إلا أن المحكمة المختصة حكمت بعدم شرعية شركة (webstar v . Omnitration int . inc)، وبينت المحكمة أن إجراءات شركة (Amway) لا تحصن أي نظام تسويق ، وقررت المحكمة أن قاعدة ٧٠ % وقاعدة ١٠% لا تعني شيئا إذا كانت العمولة تقوم على مبيعات الموزعين بالجملة ، ولا تقوم على البيع الفعلي بالتجزئة ، كما وجدت المحكمة أن قاعدة إعادة المخزون تكون فعالة إذا تم تطبيقها فعلا(٥٢) .

وفي عام ١٩٩٩م تم تعديل القانون ليسمح للمحكمة بفرض غرامة تصل إلى ٢٠٠٠٠٠ $ أو الحبس لمدة تصل إلى سنة ، أو كلا العقوبتين لأبسط صور جريمة الاحتيال الهرمي ، وتصل العقوبة في الصور الأكثر خطورة إلى السجن لمدة ٥ /سنوات ، ويرجع تقدير الضرر المادي إلى المحكمة المختصة (٥٣) ،

وبعد ذلك تنبه الفقه الغربي إلى أنه لا يوجد خط واضح يفصل الأنظمة الهرمية غير المشروعة عن برامج التسويق متعدد الطبقات المشروعة ؛ فاتخذ إجراءات أكثر دقة للتفريق بين الصورتين تقوم على إستراتيجية البيع (٥٤) ، ونسبة المنتجات المبيعة بالمقارنة مع نسبة العمولات التي يتم الحصول عليها (٥٥) .

أما بالنسبة للقانون الفرنسي فقد وضع شروطاً ثلاثة لكي يكون التسويق الهرمي مشروعاً :

١- تعلق الامتيازات الموعود بها على كسب شخص واحد فقط .

٢- لا يسوغ الحصول على دفعات مالية من المشتركين الجدد إذا كانت تصب في جيب واحد أو أكثر من المشتركين .

٣- يجب أن تضمن الشركة لبائع البضائع استعادة بضائعها غير المبيعة لفترة سنة بعد الشراء مع تخفيض في السعر لا يتجاوز ١٠ % (٥٦) .

٩- نقد الموقف القانوني الغربي في ضوء الفقه الإسلامي .

لقد كان تعامل الحكومات الغربية مع قضايا الأنظمة الهرمية مقصورا على حالات خاصة تنتج عنها مشكلات كبيرة تستدعي النظر فيها ، ولم تستند تلك الأحكام الصادرة من محاكم الموضوع إلى مبادئ أو نصوص قانونية خاصة بالأنظمة الهرمية ، إلا أن هذه النظرة البدائية البسيطة ، أخذت فيما بعد بالنضج والتطور ، إلى أن وصلت إلى تلك الصورة التي اشرنا إليها فيما سبق معنا .

وقد لاحظنا كيف أن تلك النظرة بدت متناقضة في بعض أحكامها حيث تقضي بمشروعية نظام هرمي وفقا لأسباب موضوعية ، ثم تعود لتنقض هذه الأحكام وتزيد من صرامة الشروط التي يجب مراعاتها في تكوين الأنظمة الهرمية المشروعة ، إلا أن هذه النظرة لا يزال النقص يعتريها كما يعتري النظام الاقتصادي الغربي ككل ، بخلاف النظرة الشرعية التي استقرت على تحريم الغرر والربا والقمار ، فقواعد الشريعة ثابتة

وراسخة تسير في اتزان ورسوخ ، ولذلك فإن أحكام الشريعة تقضي بوضوح على هذه المشكلات التي تبرز على الساحة الاقتصادية فور ظهورها ، بينما تبقى الأنظمة الغربية في انتظار النتائج التي تنبثق عن هذه المعاملات لتبدأ بعد ذلك محاولةَ القضاء على هذه المشكلات إلى أن تصل إلى تحريم وتجريم العملية ككل ؛ ولذلك فقد انتهى الفقه الغربي إلى التفريق بين التسويق متعدد الطبقات والأنظمة الهرمية غير المشروعة على اعتبار أن الأولى توجد فيها سلعة أما الثانية فلا توجد فيها سلعة حقيقية .

لكن نظرة الفقه الإسلامي تختلف عن ذلك كما أسلفنا ، فهي ترى أن الأنظمة الهرمية بنوعيها غير شرعي ، لأن المبادئ التي تقوم عليها هذه العملية مبادئ لا تتفق والقواعد المرعية في الجوانب الاقتصادية في الشريعة الإسلامية .

وقد بينا سابقا أن هذه الأنظمة لا تزال تتلون وتغير من جلدها لتجتنب ملاحقة القوانين لها ، فالسلعة ما هي إلا ستار تحتمي به هذه الأنظمة ، ولو فرضنا أن هناك سلعة حقيقية فإننا نقول ما هو المسوغ ليأخذ رأس الهرم جهود بقية أفراد هذه الهرم (والغالب أن رأس الهرم هو صاحب الشركة ، بل إن الأسماء العشرة الأولى في الغالب تعود إلى أصحاب هذه الشركات) ، ودعونا نبين تلك الأرباح الهائلة التي يجنيها رأس الهرم :

١- يبيع السلعة بأضعاف قيمتها (ربح مركب) .

٢- يأخذ عمولاتٍ كبيرةً جداً من كل مشترك مستجد ، وتكون هذه الأموال عبارة عن رسوم للاشتراك في الشركة في الأنظمة الهرمية غير المشروعة ، أو عبارة عن أسعار متضخمة للسلع التي تنتجها الشركة في التسويق الشبكي المشروع ، بل إن كثيرا من هذه الشركات تجاوز ذلك إلى إجبار الأعضاء على شراء كميات كبيرة من هذه المنتجات ، وبأسعار خيالية سواء استطاعوا تصريفها أم لا ، بل إن بعض الشركات اتجهت إلى اشتراط الحصول على نقاط معينة للاستمرار في عضوية هذه الشركة ، وهذه النقاط لا يحصل عليها

العميل إلا إذا اشترى منتجات هذه الشركة بشكل شهري (دي اكس إن ٣٠٠ درهم) فتحولت السلعة إلى مغرم إضافي في عنق عملاء هذه الشركات .

لاشك أن هذه صورة موغلة في الخداع والاستغلال للمستهلك المغرر به ، لكن كيف يتم تجميل هذه الصورة حتى يتقبلها الناس ، انه **الحلم** ...كلمة جميلة يهوى كل إنسان تحقيقها ، ويحسن القائمون على هذه الشركات اللعب بها .

والتغرير بالمال ، وحب الناس للمال لا يختلف فيه اثنان ، قَالَ تَعَالَىٰ:﴿ وَإِنَّهُۥ لِحُبِّ ٱلْخَيْرِ لَشَدِيدٌ ﴾ (العاديات: ٨) ، وقال سبحانه: ﴿ وَتُحِبُّونَ ٱلْمَالَ حُبًّا جَمًّا ﴾ (الفجر: ٢٠) .

ولا شك أن الرغبة الشديدة للإنسان في تحسين وضعه الاقتصادي تعمي بصره عن تلمس مواطن الخداع والتغرير في هذه الشركات ، خاصة وأن طريقة حساب العمولات فيها طريقة معقدة جداً ، ويعسر على أكثر الناس فهمها .

وهذا التعقيد ما هو إلا نوع لإشغال ذهن المشترك للتفكير في الاتجاه غير الصحيح ، فبدل أن يفكر المشترك في جهوده التي تذهب أدراج الرياح (استقطاب المشتركين) ، والتي يجني أرباحها رأس الهرم ، وبدل أن يفكر في ما يدفعه من عمولات وأموال لشراء منتجات الشركة ، دون الحصول على مردود مالي يذكر ، يبقى باله وذهنه مشغولا بالتفكير في الطريقة التي سيحصل بها على العمولات الخيالية التي وُعِد بها ، وقد سبق معنا الإفاضة في بيان الموقف الشرعي من الأنظمة الهرمية بما يغني عن إعادته هنا.

١٠- دور الحكومات في التصدي للأنظمة الهرمية

لقد توالت تحذيرات الهيئات الحكومية المختصة من هذا النوع من المعاملات ، في مختلف دول العالم ، وفيما يلي سأشير في عجالة إلى أهم هذه الإجراءات ، من ذلك :

١- نشر الاتحاد التجاري الفيدرالي التابع للحكومة الأمريكية تحذيرا عاما من أهرامات الوهم ، وقد ذكر فيه عدة نصائح ، منها :

- لا تنخدع بأي نظام يعدك بأرباح نظير قيامك بتجنيد عملاء جدد .

- انتبه من المشاريع المجهولة التي تطالبك بدفع مبالغ مالية كبيرة (٥٧) .

٢- أضافت الحكومة الكندية في قوانين الجرائم جزءا خاصا بتجريم كل فرد أو مجموعة تمارس نظام أهرامات الوهم، وكانت الحكومة قد وصفت هذا النظام بأنه طريقة تقوم على أساس دفع مبلغ للاشتراك ضمن مجموعة ، وذلك في مقابل حضور محاضرات أو الحصول على مواد تعليمية حول هذا الموضوع ، وبعدها يتم مطالبة الضحية بمحاولة إقناع عدد معين من المستخدمين بالانضمام إلى المجموعة .

ويوضح موقع الشرطة الكندية أن ملايين الدولارات قد جمعت من المشتركين الذين خسروا أموالهم ، بينما فاز عدد قليل جدا بكمية هائلة من الأموال (٥٨) .

٣- نشرت وكالة أنباء البي بي سي(**BBC**) تحقيقا عن أهرامات الوهم في انجلترا ، منذرة بخطرها ، ومحذرة من الطريقة المخدرة التي يصطاد بها أصحاب المشروع الضحايا ، فعلى الرغم من الخسائر التي نالها الكثير من الضحايا إلا أن المزيد لا يزال يقع في شراك الخديعة ، وقد نصحت الحكومة المواطنين بعدم الانسياق وراء هذه الدعاوى الزائفة (٥٩) .

٤- التحذير الصادر عن هيئة الأوراق المالية بباكستان من التعامل مع شركة بزناس ، وقد جاء في البيان الصادر عنها: "إن الشركة المذكورة وجد أنها تضطلع بممارسات غير مشروعة وتحايلية وغير أخلاقية(٦٠) .

٥- رفعت وزارة التجارة الأمريكية قضية ضد إحدى شركات التسويق الهرمي العاملة على الأراضي الأمريكية ، وهي شركة سكاي بز (**skybiz**) ، تتهمها بالغش والاحتيال على الجمهور .

وقد صدر قرار محكمة ولاية أوكلاهوما في ٢٠٠١/٦/٦م بإيقاف عمليات الشركة ، وتجميد أصولها تمهيدا لإعادة أموال العملاء الذين انضموا إليها (٦١) .

٦- أوقفت وزارة الاقتصاد السورية عمل إحدى شركات التسويق الهرمي (كويست نت) ، وذلك بالقرار ٧٥٩ ، بتاريخ ٢٠٠٩/٤/١م ، القاضي بإيقاف عمل شركة " كويست نت " الصينية ، والمسجلة لدى الوزارة برقم ٣١٣٣٦ ، بتاريخ ٢٠٠٨/٣/٣٠م ، وذلك لقيامها بأعمال تجارية مخالفة للسجل التجاري الممنوح لها (٦٢) .

٧- وفي القانون الإماراتي هناك الكثير من النصوص القانونية المتعلقة بالتغرير وحماية المستهلك ، ويمكن من خلال تفعيلها السيطرة على هذه الظاهرة ، وأشير فيما يلي إلى بعض منها:

أ- نصت المادة / ١٨٧ من القانون الإماراتي للمعاملات المدنية على أنه إذا غرر أحد المتعاقدين بالآخر ، وتحقق أن العقد تم بغبن فاحش جاز لمن غُرِّر به فسخ العقد .

ونلاحظ من هذا النص أنه ربط بين الغبن والتغرير ؛ فالتغرير يكون عيباً من عيوب العقد قانونا إذا اقترن بالغبن ، وهذا ما يتحقق في التسويق الهرمي ، حيث إن العميل يغرر به من خلال الوعود البراقة بالعمولات الطائلة ، ويغبن غبناً فاحشاً في قيمة السلعة الذي يزيد أضعافا عن قيمة مثيلاتها في السوق .

ب- جاء في المادة /٢٧ من اللائحة التنفيذية للقانون الاتحادي رقم ٢٤ لسنة ٢٠٠٦م بشأن حماية المستهلك ، ما نصه : " يحظر على أي شخص الإعلان بأي وسيلة كانت عن سلعة أو خدمة بشكل يؤدي إلى تضليل وخداع المستهلك" ، وقد اشرنا فيما سبق إلى صور التضليل والخداع في التسويق الهرمي .

ج- نصت المادة/ ١٠٢١ من القانون الإماراتي للمعاملات المدنية على أن :

١- كل اتفاق على مقامرة أو رهان يكون باطلا .

٢- ولمن خسر في مقامرة أو رهان محظور أن يسترد ما دفعه خلال ستة أشهر ابتداء من الوقت الذي أدى فيه ما خسره ، ولو كان هناك اتفاق مخالف لما ذكر ، وله أن يثبت ادعاءه بجميع طرق الادعاء .

وقد سبق معنا توضيح جانب القمار في هذه المعاملة عند الكلام على المخالفات الشرعية التي يتضمنها عقد التسويق متعدد الطبقات .

د- ويمكن للقانون أيضا أن يتدخل في مثل هذه العقود من جانب آخر ، حيث تعد هذه العقود عقود إذعان ، وذلك في العلاقة بين الشركة والعميل ، وفقاً للمفهوم الحديث للاذعان ، حيث إن الشركة (الطرف القوي) تنفرد بوضع بنود عقد التسويق الهرمي ، ولا يملك العميل (الطرف الأضعف) أي مناقشة أو مساومة لهذه الشروط ، فالقوة الاقتصادية لهذه الشركات تخولها من إملاء شروطها وقوانينها على عملائها ، وهذا هو جوهر الإذعان وفق المفهوم الحديث (٦٣) .

ومن خلال هذا المسلك يتدخل القانون ، وذلك بإلغاء الشروط التعسفية ، أو الشروط التي تنطوي على الغرر أو التغرير بالمستهلك ، وتعديل بنود العقد بما يكفل التساوي بين العاقدين والتزاماتهما ، وبتفعيل أمثال هذه النصوص القانونية تتم السيطرة على ظاهرة أهرامات الوهم .

الخاتمة وأهم نتائج البحث :

توصلت من خلال هذا البحث إلى عدة نتائج، أهمها :

١- تجيز القوانين الغربية التسويق الشبكي بينما تحظر التسويق الهرمي ، أما الفقه الإسلامي فيرى أن كلا النوعين ممنوع شرعا ، لاشتماله على كثير من المحظورات .

٢- تَعِدُ شركات التسويق الهرمي المشاركين بعمولات ضخمة ، ترتكز أساسا على استقطاب الآخرين للانضمام إلى الهرم ، ولا تستند إلى استثمار حقيقي .

٣- الأنظمة الهرمية كالحرباء ، دائمة التخفي والتلون بقصد التهرب من ملاحقة القوانين لها ، ولتلائم الضحايا ، ولتتمكن من خداع أكبر عدد ممكن منهم .

٤- يوجد العديد من النصوص القانونية التي يمكن من خلال تفعيلها التصدي لمساوئ هذه الظاهرة .

٥- استغلت شركات التسويق الهرمي آليات التجارة الالكترونية لتحقيق أرباح كبيرة وسريعة .

٦- تحقق هذه الشركات أرباحها من خلال خسارة القاعدة العريضة من المشتركين .

الهامش :

١) **لسان العرب المحيط** ، ابن منظور ، أبو الفضل محمد بن مكرم بن علي ، دار إحياء التراث العربي ، بيروت ، لبنان ، الطبعة الثالثة، مادة (سوق) .

٢) للاستزادة، انظر: **التسويق والسمسرة في التطبيقات المصرفية** ، عبد الوهاب ريحاوي ، بحث غير منشور من مقتنيات مكتبة بنك دبي الإسلامي ، ص:٢٠ ، مصطفى حسنين زهير ، **التسويق مبادئه وطرقه** ، ص:١٦ ، **التسويق ، نظرة اقتصادية** ، سمير محمد يوسف ، ص: ٧ ، محمد سعيد عبد الفتاح ، **التسويق وإدارة المبيعات** ، ص :١٨-١٩ .

٣) ما سيذكر من التعريفات هنا يجري على ما اختاره الباحث من عدم التفريق بين التسويق متعدد الطبقات ، والأنظمة الهرمية ، ولذلك سيأتي معنا الإشارة إلى تعريفاتٍ لكلا نوعي التسويق المذكورين ، وللمزيد من الإيضاح حول هذه القضية انظر ص:٣٧ من هذا البحث .

٤) انظر مقالة للدكتور رفيق المصري بعنوان **التسويق بعمولة شبكية أو هرمية ، هل يجوز ؟** منشورة على موقع الدكتور رفيق المصري على شبكة الانترنت:
http://wailah.110mb.com/index.php?option=com_content&view=article&id=212:2008-09-24-20-49-46&catid=55:2008-09-23-10-40-11&Itemid=139 .

٥) **السمسرة الهرمية** ، شويش المحاميد ، بحث مقدم لمؤتمر قضايا مالية معاصرة من منظور إسلامي، كلية الشريعة ، جامعة الزرقاء الأهلية ، الأردن ، ٢٠٠٤م ، ص: ٤ .

٦) **تعريف عقلاء الناس بحكم معاملة بزناس** ، علي حسن عبد الحميد الحلبي ، الأردن ، الزرقاء ، دار الجنان ، ص: ٤ .

٧) **التكييف الفقهي لمعاملة التسويق الشبكي** ، أسامة الأشقر ، بحث مقدم لمؤتمر كلية الشريعة ، قضايا مالية معاصرة من منظور إسلامي ، جامعة الزرقاء الأهلية ، الأردن ، ٢٠٠٤م ، ص: ٧ .

8) **Illegal pyramid selling schemes** , available at :http://www.crimes-of-/Crimes/Delivered/pyramid.htm .

9) **pyramid schemes , ponzi schemes and related frauds**, available at: http://members .impulse.net /~thebob/pyramid .
10) **Jean Calais – Auley ,Frank Steinmetz , Paris** :Droit de la Consummation,5edition,Dalloz 2000,B:117-119.

11) **Bill E Branscume Ponzi Schemes** ,available at: http:// fraudsandscams.com/pyramid.-

- htm .

12) **pyramid schemes , ponzi Schemes , and related frauds** , available at http://members-

.impulse .net/~thebob/ Pyramid .html

13) **Jean Calais –Auley ,Frank Steinmetz, paris :Droit de la Consummation**, 5edition Dalloz ,2000 , B:117 -119 .
14) **Illegal pyramid selling schemes ,** available at :http://www.crimes-of- /Crimes/Delivered/pyramid.htm .
15)**Amway ,Quixtatr ,Team of Destiny ,Team ,**available at: http ://skepdic.com/ amway.html
١٦) **التجارة الالكترونية (دراسة خاصة عن بزناس)** مقدم إلى مؤتمر كلية الشريعة السادس قضايا مالية معاصرة من منظور إسلامي ، جامعة الزرقاء الأهلية الأردن ، ذيب موسى ناصيف ، ص:١٢ .

١٧) انظر جدول العمولات في هذه الشركة في ص: ١٠ ، من هذا البحث ، وللاستزادة : راجع موقعها على شبكة الانترنت : **Biznasweb.com** .

18**) Bill E.Branscum , Pyramid schemes**, available at :http://www.fraudsandscams .com/- pyramid.htm .
١٩) لمزيد من الإيضاح حول آلية عمل هذه الشركة ، انظر: **فتوى في حكم التعامل مع شركة بزناس كوم** للدكتور سامي السويلم منشور على الانترنت موقع: http://www.islamtoday.net/fatawa/quesshow-60-14706.htm ، وانظر كذلك بحث **التكييف الفقهي لمعاملة التسويق الشبكي** ، أسامة الأشقر ، ص: ٧ ، كذلك ، **السمسرة الهرمية** ، شويش المحاميد ، ص: ٤، وانظر: **التجارة الالكترونية** ، علي أبو العز ، ص: ٢٦٦-٢٦٨ ، وانظر مقالة للدكتور رفيق يونس المصري بعنوان **التسويق بعمولة شبكية أو هرمية ، هل يجوز؟** منشور في موقع الدكتور المصري: http://wailah.110mb.com/index.php?option=com_content&view=article&id=212:200809-24-20-49-46&catid=55:2008-09-23-10-40-11&Itemid=139 ، وانظر بحث **التكييف الفقهي لشركات التسويق الشبكي** ، إبراهيم احمد الشيخ الضرير ، ص: ٣ ، وهو منشور على شبكة الانترنت في موقع صيد الفوائد:

٢٠) للاستزادة من هذا الموضوع راجع: **مقالة للأستاذ إبراهيم الكلثم** في موقع الإسلام اليوم على شبكة المعلومات العالمية : http://www.islamtoday.net/bohooth/artshow-35-1680.htm.

٢١) **فتوى لجنة الأزهر** ، بتاريخ ١/١٠/ ٢٠٠٢م ، وهي منشورة في **كتاب تعريف عقلاء الناس بحكم معاملة بزناس** ، جمع علي حسن عبد الحميد ، ص: ٣٥ .

٢٢)انظر **فتوى ابن جبرين**http://ibn-jebreen.com/ftawa.php?view=vmasal&subid=4744&parent=4153

٢٣) **فتوى الشيخ الكحلوت** رقم ٢٣ /٣/ ١٤٢٥هـ ، الموافق ١٢/٥/٢٠٠٤م ، وقد ذكرت في بحث الدكتور ذيب موسى ناصيف ، بعنوان **التجارة الالكترونية** ، المقدم إلى مؤتمر كلية الشريعة السادس جامعة الزرقاء الأهلية بالأردن ، ص: ١٨ .

٢٤) انظر: **التكييف الفقهي لمعاملة التسويق الشبكي** ، أسامة الأشقر ، ص: ٩ .

٢٥) راجع: **السمسرة الهرمية** ، شويش المحاميد ، ص: ٨ .

٢٦) **التكييف الفقهي لمعاملة التسويق الشبكي** ، أسامة الأشقر ، ص: ١٢ .

٢٧) **فتوى الدكتور سلمان العودة منشورة على موقع الإسلام اليوم في شبكة الانترنت في آخر مقالة إبراهيم الكلثم:** http://www.islamtoday.net/bohooth/artshow-35-1680.htm ، وللاستزادة ، انظر : **السمسرة الهرمية** ، المحاميد ، ص: ٨ ، **التجارة الالكترونية وأحكامها في الفقه الإسلامي** ، علي محمد أبو العز ، ص: ٢٨٠ – ٢٨٢ ، **التكييف الفقهي لمعاملة التسويق الشبكي** ، أسامة الأشقر ، ص: ٩–١١ ، ومقالة إبراهيم الكلثم ، وفتوى لجنة الفتوى بالأزهر ، وفتوى الشيخ ابن جبرين ، كلها منشورة على موقع الإسلام اليوم الذي سبق التنويه عنه .

٢٨) للاستزادة ، انظر: فتوى مجمع الفقه الإسلامي السوداني(**حكم شركة بزناس وما شابهها من قمار**) في موقع صيد الفوائد على شبكة المعومات العالمية الانترنت: http://www.saaid.net/fatwa/f41.htm#5 ، **وفتوى الشيخ محمد صالح المنجد** (مرجع سابق) ، و**مقالة الدكتور رفيق المصري** (مرجع سابق) ، وبحث **الدكتور سامي السويلم** (مرجع سابق) ، وبحث **الدكتور الضرير** (مرجع سابق) **والتجارة الالكترونية** لعلي أبو العز (مرجع سابق) ، ص: ٢٧٩ ، وما بعدها ، **والتكييف الفقهي لأسامة الأشقر** (مرجع سابق) ، ص: ١٠ ، وما بعدها ، **والسمسرة الهرمية** للمحاميد (مرجع سابق)، ص: ٩ ، وما بعدها .

٢٩) **التجارة الالكترونية** ، أبو العز ، ص: ٢٨٣ .

٣٠) للاستزادة ، انظر المراجع المذكورة ص ١٧ ، حا: ٥ .

٣١) **راجع فتوى اللجنة الدائمة للإفتاء في المملكة العربية السعودية:**http://www.islam-qa.com/ar/ref/42579

٣٢) **مرجع سابق .**

٣٣) **فتوى مركز الألباني منشورة في رسالة علي الحلبي، الموسومة بإعلام الناس بحكم التعامل مع شركة بزناس .**

٣٤) **فتوى الدكتور حسين شحاتة والدكتور القره داغي** منشورة على شبكة المعلومات العالمية في موقع إسلام أون لاين : http://www.islamonline.net/servlet/Satellite?pagename=IslamOnline-Arabic-Ask_Scholar/FatwaA/FatwaAAskTheScholar&cid=1122528620150

٣٥) **فتوى الشيخ يحيى موسى الزهراني** منشورة على شبكة الانترنت: http://www.saaid.net/Doat/yahia/11.htm

٣٦) **فتوى الدكتور عبد الحي يوسف** منشورة على شبكة الانترنت : http://www.saaid.net/fatwa/f41.htm#6

٣٧) **مرجع سابق .**

٣٨) **مرجع سابق .**

٣٩) **مرجع سابق .**

٤٠)**فتوى الشيخ محمود عكام** http://www.eftaa-aleppo.com/fatwa/index.php?module=fatwa&id=1707

٤١) **فتوى الدكتور أحمد بن موسى السهلي** : http://www.saaid.net/fatwa/f41.htm#3

٤٢) سبقت الإشارة إلى هذه الفتاوى ، وللاستزادة، انظر: **التجارة الالكترونية** ، أبو العز ، ص: ٢٦٩ .

٤٣) برقم: ٤٠٧٥ ،باب: بيع القلادة فيها خرز وذهب ، كتاب البيوع ، دار السلام ، الرياض ، ط١ ،١٤١٩هـ، ١٩٩٨م .

٤٤) انظر: **قرارات وتوصيات مجمع الفقه الإسلامي** ، ص: ٢٥ ، القرار رقم (٢/١٢) بشأن خطاب الضمان ، الفقرة الثانية ، ط: دار القلم ، دمشق ط:٢، ١٤١٨هـ ، ١٩٩٨م ، وراجع : **الاقتصاد الإسلامي والقضايا الفقهية المعاصرة** ، علي احمد السالوس ، ج: ٢، ص: ٧٤٩ ، **فقه البيع والاستيثاق** ، السالوس نفسه ، ط: مكتبة دار القران ، مصر ، ومؤسسة الريان ، بيروت ، لبنان ، ١٤١٨هـ–١٩٩٨م ، ص: ١٤٤٠.

45) **النهاية في غريب الحديث والأثر**، ابن الأثير ، مجد الدين أبو السعادات المبارك بن محمد الجزري ، ٥٤٤-٦٠٦هـ ، ط: دار الكتاب المصري – القاهرة ، دار الكتاب اللبناني –بيروت ، تحقيق: طاهر أحمد الزاوي ، محمود محمد الطناحي ، ج: ٣، ص: ٣٥٥ ، مادة (غرر) .

46) انظر، ص: ١٠ من هذا البحث .

47) للاستزادة ، انظر مقالة الدكتور سامي السويلم بعنوان **حكم التعامل مع شركة بزناس**

48) السمسرة هي التوسط بين البائع والمشتري في غير عقد الإجارة ، وغالب صورها تعد من الجعالة ، وقد تنطبق على بعض حالاتها صورة الإجارة ، أو صورة الوكالة ، فهي مترددة بين هذه العقود ، وعلى مشروعيتها غالب الفقهاء ، وقد ذكر الفقهاء رحمهم الله أن الجعالة تجوز مع جهالة العمل جهالة لا تمنع من تنفيذ العمل ، وكذلك رأى جمهورهم أن الجعالة تجوز مع جهالة العوض جهالة لا تمنع من التسليم ، انظر: **السمسرة وتطبيقاتها المصرفية** ، بحث غير مطبوع من مقتنيات مكتبة بنك دبي الإسلامي ، وبحث **التسويق والسمسرة في التطبيقات المصرفية** ، عبد الوهاب ريحاوي ، بحث غير مطبوع من مقتنيات بنك دبي الإسلامي، وعلى ذلك نقول إن المشكلة الكبرى في التسويق الهرمي هي أن هذه المعاملة قائمة على الخداع والوهم والتغرير والغبن ، فلو كانت سمسرة حقيقية ، يتم فيها بيع سلعة حقيقية لأناس يريدون أن ينتفعوا بها ، لما كان فيها إشكال حتى ولو كان في الأجرة شيء من الجهالة ، لكن الإشكال يرد عليها لاشتمالها على عدة عقود مركبة بصورة تخالف القواعد الشرعية في أبواب المعاملات ، ففيها بيع وشرط ،ووكالة (أو سمسرة) وذلك في العلاقة بين العميل الأول وبين الشركة ، ثم سمسرة أو بيع ، وذلك في العلاقة بين العميل الأول (رأس الهرم) ومن يستقطبهم من العملاء ، وقاصمة الظهر هي هذه العلاقة بين رأس الهرم ومن يستقطبهم من العملاء ؛ إذ يصبحون كأنهم أجراء عنده بدون عقد إجارة فكل ما يقومون به من جهد ترجع ثمراته على رأس الهرم ، وهذه العلاقة ليس لها تكييف ولا مثيل في العقود الشرعية ، لأنها أكل لأموال الناس بالباطل ، فتركيب هذه العقود على هذه الصورة هو الذي أفضى إلى فساد هذه المعاملة وبطلانها .

وتذكرني هذه الطريقة في حساب العمولات ، بتضاعف الحسنات لمن يدل الآخرين على عمل صالح كقول النبي ﷺ :"من سن سنة حسنة فله أجرها وأجر من عمل بها لا ينقص من أجورهم شيء " لكن مضاعفة الحسنات لا تنقص من أجور العاملين شيء ، أما في أهرامات الوهم ، فإن ذلك ينقص من أجورهم بلا محالة ، لأن رأس الهرم لا يحصل على ربحه إلا من خسارتهم!!!!! .

49) **Amway ,Quixtatr ,Team of Destiny ,Team ,**available at: http ://skepdic.com/ amway.html

50) تحميل المخزون : يقصد به أن نظام الشركة يجبر العملاء على شراء منتجات أكثر مما يستطيع ذلك العميل بيعه ، وبأسعار متضخمة ، وهذا يعني أن الأشخاص في أعلى الهرم سيحصلون على أرباح كبيرة في حين أن عدداً قليلا من السلع قد تحرك إلى السوق .

51) **Debra A. Valentine (General Counsel) , Pyramid Schemes , Prepared Statement for the U.S Federal Trade Commission, Presented at the international monetary funds seminar on current legal issues affecting central banks Washington D**. C May 13 , 1998 available at other / dvinef 16 . shtm .http://www.ftc.gov/speeches/

52**) Debra A . Valentine (General Counsel) , Pyramid Schemes , Prepared Statement for the U.S Federal Trade Commission, Presented at the international monetary funds seminar on current legal issues affecting central banks Washington D.** C May 13 , 1998 available at http://www.ftc.gov/speeches/ other/ dvimf 16. shtm .

53**) Illegal pyramid selling schemes ,** available at :http://www.crimes-of-/Crimes/Delivered/pyramid.htm .

54) هل هو التركيز على استقطاب المشتركين أم على بيع المنتجات .

55**) Illegal pyramid selling schemes** , available at :http://www.crimes-of-/Crimes/Delivered/pyramid.htm .

56) **Jean Calais –Auley ,Frank Steinmetz, paris : Droit de la Consummation**, 5edition Dalloz , 2000 , B:117 -119 .

57) مقالة للكاتب رامي المنصوري ، منشورة في شبكة الانترنت على موقع منتديات مملكة البحرين:http://www.bahrainforums.com/showthread.php?t=7844 .

58) المرجع السابق نفسه .

59) موقع منتديات مملكة البحرين :http://www.bahrainforums.com/showthread.php?t=7844 .

60) انظر موقع الهيئة على شبكة الانترنت: www.secp.gov.pk/otherlinks/bizna.com.htm ، وللاستزادة انظر: مقالة الدكتور سامي السويلم ، ص: ٢ .

61) انظر: موقع وزارة التجارة الأمريكية .www.ftc.gov/opa/2001/06/sky/htm ، وللاستزادة انظر:مقالة الدكتور سامي السويلم ، ص: ٢ .

62) موقع وزارة الاقتصاد السورية على شبكة المعلومات العالمية (الانترنت) http://samaswa.com/?p=15 .

63) **عقود الإذعان في الفقه الإسلامي ، دراسة مقارنة بالقانون الوضعي** ، أحمد سمير القرني ، رسالة ماجستير غير مطبوعة ، مقدمة لجامعة الشارقة ٢٠٠٨م ، ص: ٣١-٣٣ .

المصادر والمراجع

***القرآن الكريم**

١- ابن الأثير ، مجد الدين أبو السعادات المبارك بن محمد الجزري ، ٥٤٤-٦٠٦هـ ، **النهاية في غريب الحديث والأثر**، ط: دار الكتاب المصري – القاهرة ، دار الكتاب اللبناني –بيروت ، تحقيق: طاهر أحمد الزاوي ، محمود محمد الطناحي .

٢- أبو العز ، علي محمد أحمد ، **التجارة الالكترونية وأحكامها في الفقه الإسلامي** ،دار النفائس ، الأردن ، الطبعة الأولى ، ١٤٢٨هـ ، ٢٠٠٨م .

٣- الأشقر ، **أسامة ، التكييف الفقهي لمعاملة التسويق الشبكي** ، بحث مقدم لمؤتمر كلية الشريعة ،قضايا مالية معاصرة من منظور إسلامي ، جامعة الزرقاء الأهلية ، الأردن ، ٢٠٠٤م

٤- حامد ، حسين ، **السمسرة وتطبيقاتها المصرفية** ، بحث غير مطبوع من مقتنيات مكتبة بنك دبي الإسلامي .

٥- الحلبي ،علي حسن عبد الحميد، **تعريف عقلاء الناس بحكم معاملة بزناس** ، الأردن ، الزرقاء ، دار الجنان.

٦- ريحاوي ، عبد الوهاب ، **التسويق والسمسرة في التطبيقات المصرفية** ،بحث غير منشور من مقتنيات مكتبة بنك دبي الإسلامي .

٧- زهير، مصطفى حسنين ، **التسويق مبادئه وطرقه** .

٨- السالوس ، علي أحمد ،

١- **الاقتصاد الإسلامي والقضايا الفقهية المعاصرة** ، دار الثقافة ، الدوحة ، مؤسسة الريان ، بيروت ، لبنان ، ١٤١٨هـ ، ١٩٩٨م

٢- فقه البيع والاستيثاق ، ط: مكتبة دار القران ، مصر ، ومؤسسة الريان ، بيروت ، لبنان ، ١٤١٨هـ- ١٩٩٨م .

٩- عبد الفتاح ، محمد سعيد ، **التسويق وإدارة المبيعات** . الطبعة الثانية ، ١٩٦٦م .

١٠- **قرارات وتوصيات مجمع الفقه الإسلامي** ، الطبعة الثانية ، دار القلم ، دمشق ،الطبعة الثانية ، ١٤١٨هـ ، ١٩٩٨م .

١١- القرني ، أحمد سمير ، **عقود الإذعان في الفقه الإسلامي ، دراسة مقارنة بالقانون الوضعي** ، رسالة ماجستير غير مطبوعة ، مقدمة لجامعة الشارقة ٢٠٠٨م .

١٢- المحاميد ، شويش ، **السمسرة الهرمية** ، بحث مقدم لمؤتمر قضايا مالية معاصرة من منظور إسلامي، كلية الشريعة ، جامعة الزرقاء الأهلية ، الأردن ، ٢٠٠٤م .

١٣- ابن منظور ، أبو الفضل محمد بن مكرم بن علي ، **لسان العرب المحيط** ، دار إحياء التراث العربي ، بيروت ، لبنان ، الطبعة الثالثة .

١٤- ناصيف ، ذيب موسى، **التجارة الالكترونية (دراسة خاصة عن بزناس)** مقدم إلى مؤتمر كلية الشريعة السادس قضايا مالية معاصرة من منظور إسلامي ، جامعة الزرقاء الأهلية ، الأردن ، ٢٠٠٤م .

١٥- النيسابوري ، مسلم بن الحجاج ، **صحيح مسلم** ، دار السلام ، الرياض ، الطبعة الأولى ،١٤١٩هـ ، ١٩٩٨م .

١٦- يوسف ، سمير محمد ، **التسويق ، نظرة اقتصادية** ، مؤسسة شباب الجامعة ، الإسكندرية .

باللغة الانجليزية

17- Amway ,Quixtatr ,Team of Destiny ,Team ,available at: http ://skepdic.com/ amway.html

18- Debra A. Valentine (General Counsel) , Pyramid Schemes , Prepared Statement for the U.S Federal Trade Commission, Presented at the international monetary funds seminar on current legal issues affecting central http://www.ftc.gov/speeches/**banks Washington D**. C May 13 , 1998 available at other / dvinef 16 . shtm .

19- Illegal pyramid selling schemes , available at :http://www.crimes-of- /Crimes/Delivered/pyramid.htm .

20- Bill E.Branscum , Pyramid schemes, available at :http://www.fraudsandscams .com/- pyramid.htm .

21- pyramid schemes , ponzi Schemes , and related frauds , available-at http://members- impulse.net /~thebob/ Pyramid .html .

باللغة الفرنسية

22- Jean Calais –Auley ,Frank Steinmetz, paris :Droit de la Consummation, 5edition Dalloz ,2000 .

الفتاوى والمقالات المنشورة على مواقع الانترنت :

٢٣- **فتوى في حكم التعامل مع شركة بزناس كوم** للدكتور سامي السويلم منشور على الانترنت موقع: http://www.islamtoday.net/fatawa/quesshow-60-14706.htm .

٢٤- **فتوى اللجنة الدائمة في موقع الإسلام اليوم** http://www.islam-qa.com/ar/ref/42579

٢٥- **فتوى لجنة الأزهر** ، بتاريخ ١/١٠/ ٢٠٠٢م ، وهي منشورة في كتاب تعريف عقلاء الناس بحكم معاملة بزناس ، جمع علي حسن عبد الحميد .

٢٦- **فتوى الشيخ عبد الله الجبرين ، وهي منشورة على موقع الشيخ نفسه على شبكة المعلومات العالمية:** http://ibn-jebreen.com/ftawa.php?view=vmasal&subid=4744&parent=4153

٢٧- **فتوى الشيخ الكحلوت** رقم ٢٣ /٣/ ١٤٢٥هـ ، الموافق ٢٠٠٤/٥/١٢م ، وقد ذكرت في بحث الدكتور ذيب موسى ناصيف ، بعنوان **التجارة الالكترونية** ، المقدم إلى مؤتمر كلية الشريعة السادس جامعة الزرقاء الأهلية بالأردن .

٢٨- **فتوى اللجنة الدائمة للإفتاء في السعودية**:http://www.islam-qa.com/ar/ref/42579 .

٢٩- **فتوى الدكتور حسين شحاتة والدكتور القره داغي** منشورة على شبكة المعلومات العالمية في موقع إسلام أون لاين :
http://www.islamonline.net/servlet/Satellite?pagename=IslamOnline-Arabic-Ask_Scholar/FatwaA/FatwaAAskTheScholar&cid=1122528620150

٣٠- **فتوى فضيلة الشيخ يحيى موسى الزهراني** منشورة على شبكة المعلومات العالمية (الانترنت) : http://www.saaid.net/Doat/yahia/11.htm .

٣١- **فتوى فضيلة الدكتور عبد الحي يوسف** منشورة على شبكة المعلومات العالمية (الانترنت) : http://www.saaid.net/fatwa/f41.htm#6 .

٣٢- **فتوى فضيلة الشيخ محمود عكام** ، وهي منشورة على شبكة المعلومات العالمية (الانترنت) : http://www.eftaa-aleppo.com/fatwa/index.php?module=fatwa&id=1707

٣٣- **فتوى الدكتور أحمد بن موسى السهلي** : http://www.saaid.net/fatwa/f41.htm#3

٣٤- **فتوى الدكتور سلمان العودة** ، منشورة على موقع الإسلام اليوم في شبكة الانترنت في آخر مقالة إبراهيم الكلثم:http://www.islamtoday.net/bohooth/artshow-35-1680.htm

٣٥- **فتوى مجمع الفقه الإسلامي السوداني(حكم شركة بزناس وما شابهها من قمار)** ، منشورة في موقع صيد الفوائد على شبكة المعومات العالمية الانترنت: http://www.saaid.net/fatwa/f41.htm#5 .

٣٦- **فتوى مركز الألباني** ، منشورة في رسالة علي الحلبي، الموسومة بإعلام الناس بحكم التعامل مع شركة بزناس .

٣٧- **فتوى الشيخ إبراهيم احمد الشيخ الضرير** ، وهو منشور على شبكة الانترنت في موقع صيد الفوائد: http://www.saaid.net/fatwa/f41.htm#4 .

٣٨- **مقالة في إباحة التسويق الشبكي والتمييز بينه وبين التسويق الهرمي** ، لم يذكر اسم الكاتب ،ووقع في نهاية المقال ب (سكاي) ، موقع منتديات الشبكة، http://www.shbaka.com/vb/t26043.html .

٣٩- مقالة للدكتور رفيق يونس المصري بعنوان **التسويق بعمولة شبكية أو هرمية ، هل يجوز؟** منشور في موقع فضيلة الشيخ الدكتور رفيق يونس المصري على شبكة المعلومات العالمية: http://wailah.110mb.com/index.php?option=com_content&view=article&id=212:200809-24-20-49-46&catid=55:2008-09-23-10-40-11&Itemid=139 .

٤٠- **مقالة الدكتور سامي السويلم** http://www.islamtoday.net/bohooth/artshow-86-4473.htm .

٤١- **مقالة للأستاذ إبراهيم الكلثم** في موقع الإسلام اليوم ، وهو منشور على شبكة الانترنت : http://www.islamtoday.net/bohooth/artshow-35-1680.htm.

٤٢- **موقع وزارة الاقتصاد السورية** على شبكة الانترنت:http://samaswa.com/?p=15 .

٤٣- **مقالة للكاتب رامي المنصوري** ، منشورة في شبكة الانترنت على موقع منتديات مملكة البحرين:http://www.bahrainforums.com/showthread.php?t=7844 .

٤٤- **موقع منتديات مملكة البحرين على شبكة المعلومات العالمية:**http://www.bahrainforums.com/showthread.php?t=7844 .

٤٥- **موقع شركة كويست (منتدى شركة كويست)**على شبكة الانترنت: http://quest.darkbb.com

٤٦- **موقع هيئة التجارة الباكستانية** على شبكة المعلومات العالمية الانترنت: www.secp.gov.pk/otherlinks/bizna.com.htm .

٤٧- **موقع وزارة التجارة الأمريكية:**.www.ftc.gov/opa/2001/06/sky/htm .